



PROGRAM MBKM; MAGANG INDUSTRI DI UMKM MARASOE

Yayan Firmansyah¹, Indah Eva Saffanah², Isna Amelia Nurhamidah³, Esra Mariana Sitorus⁴, Desy Aryani⁵

¹Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bandung, Bandung, Indonesia

^{2,3,4}Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bandung, Bandung, Indonesia

⁵Ilmu Perikanan, Fakultas Pertanian, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa
yayan.firmansyah@polban.ac.id

(Diterima: Mei 2022; Direvisi: Juli 2022; Dipublikasikan: Agustus 2022)

ABSTRAK

Magang industri ini bertujuan untuk memberikan pengalaman kepada mahasiswa agar dapat mengimplementasikan apa yang telah dipelajari di Program Studi Administrasi Bisnis ke dalam kegiatan nyata di dunia bisnis. Kegiatan ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan tentang cara menjalankan bisnis. Mulai dari pemilihan bahan produk, pemilihan target pasar, cara melakukan promosi yang menarik perhatian target pasar, dan mengetahui cara melayani konsumen dengan baik atau menghadapi konsumen yang komplain. Metode pelaksanaannya dilakukan secara online pada bisnis online atasan wanita "Marasoe". Hasil yang diperoleh dari magang industri ini adalah ilmu yang bermanfaat bagi mahasiswa. Sedangkan bagi perusahaan, mendapatkan referensi desain pakaian untuk produksi masa depan, referensi desain pakaian hasil karya mahasiswa terjual habis, sehingga meningkatkan minat pelanggan terhadap Marasoe, mendapatkan bantuan ide konten, mendapatkan bantuan dalam membalas pesan yang masuk, dan mendapatkan peningkatan yang signifikan dalam pengikut Instagram.

Kata Kunci: magang, industri, manfaat.

ABSTRACT

This industrial internship aims to provide students with experience so that they can implement what they have learned in the Business Administration Study Program to real activities in the business world. This activity is useful to increase knowledge on how to run a business. Starting from the selection of product materials, selecting the target market, how to do promotions that attract the attention of the target market, and knowing how to serve consumers well or deal with consumers who complain. The implementation method is carried out online at an online business for women's tops "Marasoe". The results obtained from this industrial internship are useful knowledge for students. As for the company, getting clothing design references for future production, clothing design references made by students were sold out, thus increasing customer interest in Marasoe, getting help with content ideas, getting help in replying to incoming messages, and getting a significant increase in Instagram followers.

Keywords: internship, industry, benefit.

PENDAHULUAN

Kemampuan dan pengalaman merupakan salah satu hal yang wajib dimiliki oleh para mahasiswa sebelum terjun ke dunia kerja dan juga penerapan program merdeka belajar kampus merdeka yang dicanangkan oleh KemendikbudRistek. Magang dalam KBBI berarti calon pegawai (yang belum diangkat secara tetap, serta belum menerima gaji atau upah dikarenakan masih dianggap dalam taraf belajar)(Kemendikbud RI, 2016). Sementara menurut peraturan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 36 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pemagangan di dalam negeri, pemagangan adalah bagian dari sistem pelatihan kerja yang

diselenggarakan secara terpadu antara pelatihan di lembaga pelatihan dengan bekerja secara langsung di bawah bimbingan dan pengawasan instruktur atau pekerja yang lebih berpengalaman dalam proses produksi barang dan jasa di perusahaan, dalam rangka menguasai keterampilan atau keahlian tertentu (Pemagangan di Dalam Negeri, 2020). Selain itu pula magang dapat mendekatkan hubungan yang era tantara akademisi dan industri seperti penelitian yang oleh (Omar et al., 2018). Perusahaan dipilih untuk melakukan magang industri adalah perusahaan Marasoe. Dikarekan sesuai dengan yang dibutuhkan mahasiswa seperti pengetahuan produksi sampai pemasaran secara digital (Müller et al., 2018)

Kurikulum program studi Sarjana Terapan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Bandung, mewajibkan setiap mahasiswa yang memasuki semester 5 untuk melakukan kegiatan magang industri di perusahaan bisnis berskala UMKM. UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah diartikan sebagai usaha yang punya peranan penting dalam perekonomian Negara Indonesia, baik dari sisi lapangan kerja yang tercipta maupun dari sisi jumlah usahanya (Rudjito, 2003). Proses magang industri di UMKM ini dilaksanakan selama kurang lebih 30 hari kerja, sesuai dengan kurikulum dari Program Studi Administrasi Bisnis, disertai dengan surat edaran dari Direktur Politeknik Negeri Bandung. Mahasiswa memilih judul, model, serta tempat dan lokasi magang dan berdiskusi dengan dosen pembimbing, sangat dianjurkan untuk melakukan kegiatan ini secara daring, mengingat kondisi sekarang yang sedang pandemi Covid-19.

Metode yang dipilih magang ini dengan cara online, dan kami memutuskan untuk melakukan magang industri berskala UMKM di perusahaan Marasoe. Perdagangan secara online yang dilakukan oleh Marasoe ini merupakan sebuah implementasi dalam mengembangkan UMKM melalui pemanfaatan IPTEK (Hamidah et al., 2019). Selain itu penelitian yang dilakukan oleh (Islami, 2019) Pengaruh literasi digital terhadap perilaku berwirausaha pada mahasiswa mendapatkan temuan empirik hasilnya positif, ini menandakan kemampuan mahasiswa melakukan magang secara online masih relevan. mendapatkan temuan bahwa Marasoe menjalankan B2B produk skincare sebagai distributor suatu merek dan telah memiliki banyak reseller. Pada Januari 2020 terjadi beberapa kendala pada bisnis ini, akhirnya pada Agustus 2020, Marasoe berganti menjadi merek produk fashion yang ber-home based di Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia. Sejak awal, Marasoe fokus pada digital marketing dengan memaksimalkan pemasaran di Instagram dan tiktok (Felix et al., 2017), terutama saat awal pandemi covid-19, dan membuat Marasoe bisa mendapatkan pasar yang cukup luas serta penjualan yang tinggi di bulan pertama peluncuran produknya. Pada 3 bulan pertama, Marasoe membeli stok produk dari supplier pakaian jadi. Sejak bulan keempat hingga saat ini Marasoe telah memproduksi sendiri seluruh produk fashionnya.

Melihat bagaimana produk Marasoe mulai dikenal, pemilik Marasoe yang mana merupakan juga mahasiswa sedikit kewalahan. Ditemukannya permasalahan seperti purchasing bahan baku kain belum stabil karena belum mendapatkan supplier kain tetap yang dapat menyuplai dengan optimal dan hal ini berdampak pada kestabilan proses produksi. Ada pula masalah kekurangan SDM. Menurut owner, Marasoe kekurangan SDM untuk bagian admin sosial media, yaitu Instagram dan Tiktok . Kekurangan ini dirasakan owner karena konten untuk sosial media mereka masih belum maksimal dan kurangnya komunikasi dengan audiens yang dalam hal ini adalah konsumen serta pengikut akun sosial media (Rizos et al., 2016). Permasalahan yang ada pada Marasoe berikutnya adalah owner memerlukan tim tambahan pada bagian product development untuk memenuhi target membuat 15 desain produk pakaian per bulan. Dari fenomena yang ada tersebut, mahasiswa akan mendapatkan pembelajaran sekaligus pengalaman baru di perusahaan ini. Selain itu, mahasiswa magang Bersama dosen pembimbing akan memberikan alternatif solusi dari fenomena yang dimiliki dengan arahan yang diberikan owner.

Tujuan dari magang industri ini adalah untuk mengetahui tentang organisasi bisnis Perusahaan Marasoe, mengetahui lingkungan bisnis perusahaan Marasoe, alur proses bisnis perusahaan Marasoe dan fungsi operasional manajemen yang dijalankan oleh perusahaan Marasoe. Selanjutnya, manfaat dari magang ini dapat dirasakan oleh Mahasiswa untuk mengetahui kondisi bisnis UMKM secara langsung.

METODE

Magang Industri dilakukan di suatu bisnis online yang bernama Marasoe. Pelaksanaan magang dilakukan secara online selama 5 minggu dengan penempatan posisi magang dibagi ke dalam 2 posisi, yaitu Product Development sebanyak dua orang dan Admin Instagram satu orang. Pelaksanaan kedua posisi tersebut diuraikan sebagai berikut.

a. Product Development

- Melakukan riset desain baju (model, harga, dan bahan).
- Mengumpulkan foto referensi desain baju.
- Mengeliminasi desain baju menjadi 3-4 desain.
- Menambahkan modifikasi dari desain baju yang terpilih.
- Menentukan bahan yang tersedia. Bahan yang biasa digunakan adalah kaos: babyterry, rib, fleece.
- Menentukan range harga untuk desain baju yang sudah dimodifikasi.
- Menyampaikan desain baju yang telah dipilih setiap minggunya kepada owner.

Selanjutnya dijelaskan pada gambar 1 sebagai berikut:

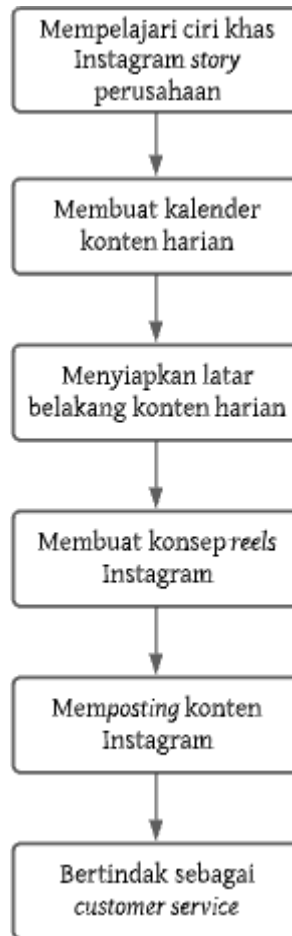


Gambar 1. Pelaksanaan Magang tim Product Development

b. Admin Instagram

- Mempelajari vibes Instagram story Marasoe dari arsip instagram
- Membuat kalender konten harian feeds dan Instagram story untuk satu minggu.
- Menyiapkan background yang sesuai dengan warna yang digunakan Marasoe
- Membuat ide dan konsep untuk reels Instagram (2 konsep/minggu)
- Memposting konten Instagram story yang dibuat
- Bertindak sebagai customer service yaitu membalas direct message yang masuk ke Instagram Marasoe.

Selanjutnya dijelaskan pada gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Pelaksanaan Magang tim Admin Instagram

HASIL DAN PEMBAHASAN

Organisasi Bisnis

Marasoe pertama kali didirikan oleh Fatmarani Sultan dan Farhan Alfarisi sebagai pada tahun 2018. Pada awalnya, Marasoe bergerak di bidang produk kecantikan. Marasoe menjalankan model bisnis B2B (Business to Business) produk perawatan kulit sebagai distributor sebuah brand dan telah berhasil menarik banyak reseller. Namun seiring waktu, terdapat beberapa kendala bisnis sehingga pada Agustus 2020 Marasoe berubah haluan menjadi merek produk fashion atasan wanita. Di tiga bulan pertama beroperasi, Marasoe menjual baju stok dari para supplier. Kini Marasoe mendesain dan memproduksi sendiri seluruh produk fashionnya. Fokus pemasaran Marasoe melalui penjualan online dengan memaksimalkan platform-platform media sosial.

Pada perusahaan Marasoe, pihak-pihak berkepentingan yang ada terdiri atas stakeholder primer yaitu supplier kain, vendor konveksi, pelanggan, dan pesaing serta stakeholder sekunder yaitu masyarakat serta pendukung bisnis. Bentuk kepemilikan Marasoe adalah Firma. Para

pemilik, yaitu Fatmarani Sultan dan Farhan Alfarisi, menyetorkan modal dengan besaran yang sama untuk kelangsungan perusahaan. Selain itu, mereka pun membagi tanggung jawab serta keuntungan sama rata.

Marasoe sudah menerapkan etika bisnis dalam menjalankan perusahaannya. Kepada para konsumen Marasoe selalu melakukan yang terbaik. Mereka berusaha menangani komplain serta pertanyaan dengan ramah. Mereka juga selalu menyediakan bahan pakaian yang berkualitas tinggi. Para owner juga selalu berlaku jujur. Diimplementasikan pada setiap kali akan meluncurkan produk baru, mereka mengadakan quiz dan mengumumkan pemenangnya dengan memberikan screenshot sehingga terdapat bukti nyata bahwa pengguna tersebut yang memenangkan quiznya. Kepada sesama pelaku bisnis, Marasoe tidak pernah menyontek para pesaing, baik dari segi desain produk dan redaksi dalam promosi di media sosial. Marasoe menerapkan sistem ATM (Amati, Tiru, dan Modifikasi) untuk produknya, serta selalu menuangkan ciri khas perusahaan dalam setiap desain. Hubungan dengan supplier pun terjalin baik karena respon masing-masing pihak sangat baik. Kepada Masyarakat, Marasoe membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang tinggal di sekitar lokasi usaha, mereka merekrut orang-orang sekitar untuk membantu proses pengemasan produk. Di situasi Covid-19 ini, Marasoe juga selalu menerapkan protokol kesehatan sehingga tidak membuat masyarakat khawatir akan cluster penyebaran virus.

Lingkungan Bisnis

a. Lingkungan ekonomi

Marasoe, perusahaan yang bergerak di bidang pakaian atasan wanita, memiliki peranan pada ruang lingkup ekonomi. Marasoe mendirikan lapangan pekerjaan dan mendukung pula vendor-vendor serta supplier kain di masa pandemi. Dengan perekrutan pekerja, serta kerja sama dengan pihak-pihak lain, Marasoe membuat terjadinya perputaran ekonomi antara perusahaan, perusahaan kerja sama, serta para pekerja. Penjualan produk pun akan mempengaruhi kehidupan ekonomi para pemilik, pekerja, dan pihak-pihak lain.

b. Lingkungan Industri

Pada ruang lingkup industri, terdapat persaingan sehat antara Marasoe dan beberapa perusahaan pesaing. Marasoe memasarkan produknya secara online, begitu pula para pesaingnya. Namun dalam persaingannya, Marasoe memiliki keunggulan yaitu dengan melakukan gebrakan baru pada proses pemasaran. Selain dengan mengenalkan sistem war setiap launching produk baru di waktu-waktu yang ditentukan perusahaan, para audience di akun Instagram Marasoe pun dilibatkan dalam penamaan produk dan penetapan harga. Hal ini membuat kesan dekat dan akrab antara pihak pengusaha dan para calon pembeli serta pembeli dan pengikut setia.

c. Lingkungan Teknologi

Marasoe telah memanfaatkan teknologi dengan maksimal, terutama dalam pemasaran dan penjualan. Pemasaran dilakukan dengan menyuguhkan konten-konten yang fresh dan menarik di Instagram serta Tiktok. Mereka juga tidak ragu untuk membayar influencer

untuk mengiklankan produk mereka di media sosial. Proses komunikasi antara calon pembeli dan penjual pun dilakukan melalui media teknologi. Para calon pembeli dapat mengirimkan pesan melalui Direct Message dan kolom komentar di Instagram dan Tiktok, serta dapat mengirim pesan melalui fitur pesan pada e-commerce Shopee.

Proses Bisnis

Dalam proses produksi pakaian, Marasoe bekerjasama dengan vendor, sehingga pembelian bahan baku diserahkan dan dilakukan oleh vendor. Owner Marasoe menyebutkan bahan apa yang diinginkan dan berdiskusi dengan vendor apakah bahan itu bagus dan cocok digunakan atau tidak. Pemilihan warna kain pun disesuaikan dengan ketersediaan dari jenis kain yang dipilih. Selanjutnya adalah mencari referensi model baju atasan dari berbagai media sosial pesaing. Dari referensi yang telah didapatkan, nantinya Marasoe akan melakukan ATM (amati, tiru, modifikasi) agar terhindar dari kegiatan duplikasi dan mencontek model pesaing Marasoe. Setelah menemukan beberapa model baju, semua model diberikan kepada penjahit untuk dapat mulai proses produksi (Linder & Williander, 2017).

Setelah selesai diproduksi, bagian pemasaran mengenalkan dan memasarkan produk Marasoe. Mereka membuat konten kiriman Instagram untuk menebak nama dan harga. Disini mereka melibatkan para pengikut Instagram untuk menentukan nama dan harga produk. Setelahnya, mereka akan mengirimkan foto produk serta try on nya dan mengumumkan tanggal serta jam rilis. Di hari tanggal rilis, para calon pembeli yang tertarik untuk membeli produk tersebut dapat melakukan pembelian melalui e-commerce Shopee dengan sistem war karena stok yang terbatas. Setelah pesanan diterima, pihak Marasoe pun mulai mengemas dan melakukan pengiriman.

Fungsi Operasional Manajemen

- Struktur organisasi
Marasoe menggunakan struktur lini sebagai struktur organisasinya, karena pemilik perusahaan merupakan puncak pimpinan tertinggi di perusahaan dan yang paling dominan dalam setiap pengambilan keputusan serta kebijakan untuk Marasoe, dan juga pemimpin berperan serta dalam proses produksi. Meskipun demikian, alur yang dimiliki Marasoe sangat jelas dan mudah dipahami, sehingga keryawam dapat melaksanakan tugasnya masing-masing dengan maksimal.
- Fungsi manajemen
 - Perencanaan (Planning)
Perencanaan yang dilakukan oleh Marasoe sudah cukup tertata dan terarah, dimulai perencanaan jangka pendek dan jangka Panjang. Perencanaan objektif atau sasaran, perencanaan kebijakan, perencanaan prosedur kerja, dan perencanaan anggaran.

Dalam perencanaan jangka pendek biasanya Marasoe sudah membuat daftar schedule kegiatan yang dilakukan perminggunya dan rencana produksi untuk setiap bulannya. Untuk perencanaan jangka panjangnya Marasoe menargetkan dapat menjadi Perusahaan Worldwide shipping dimana, pelanggan Marasoe ini tidak hanya pelanggan yang berasal dari Indonesia, namun juga berasal dari negara lain.

- Pengorganisasian (Organizing)

Owner Marasoe mengelompokkan karyawannya ke tiap bagian berdasarkan kemampuan yang dimilikinya. Dalam menjalankan tugas-tugasnya, karyawan akan berkoordinasi langsung dengan owner jika terdapat beberapa tugas yang tidak dimengerti.

- Penggerak (Actuating)

Owner Marasoe berkoordinasi secara intens dengan karyawannya untuk memberikan perintah sekaligus memotivasi agar terciptanya keterikatan dan ketertarikan hubungan kerja yang erat dalam suatu perusahaan. Penggerakan yang dilakukan oleh owner Marasoe terbukti berhasil, sebab output yang dihasilkan perusahaan ini cukup bagus. Marasoe tidak pernah merasakan sepi pembeli meskipun dalam keadaan pandemi Covid-19 karena sistem penjualannya yang unik dan penawaran produk yang menarik. Keduanya merupakan hasil dari kerja sama antar bagian, maka kita dapat menilai pemilik perusahaan tersebut mampu menggerakkan setiap bagian untuk mengeksekusi pekerjaannya masing-masing.

- Pengawasan (Directing)

Selama melaksanakan magang, kami menganalisis bahwa pemilik Marasoe melakukan pengawasan setiap hari untuk memastikan setiap bagian bekerja sesuai dengan ketentuannya. Khususnya yang pengawasan yang diberikan terhadap admin social media, karena mereka bertanggung jawab untuk membuat pelanggan tetap tidak berpaling ke yang lain, sehingga Marasoe harus selalu memberikan pelayanan yang baik dan tidak membiarkan akun social media diam begitu saja meskipun tidak ada launching produk. Bila dirasa kinerja karyawannya kurang baik, maka pemilik Marasoe berusaha untuk memberikan motivasi dan memicu semangat karyawan dengan hal yang dia butuhkan. Kepedulian akan kinerja yang stabil bahkan melebihi ekspektasi merupakan hal yang diinginkan pemilik Marasoe, maka dari itu fungsi pengawasan diterapkan setiap hari di perusahaan tersebut.

- Keahlian Manajerial yang Diperlukan

- Keterampilan konseptual (Conceptual Skill)

Owner Marasoe memiliki keterampilan yang cukup baik dalam menjalankan perusahaan, termasuk kemampuan untuk beradaptasi serta improvisasi dengan keadaan yang ada.

- Keterampilan teknis (Technical Skill)
karena pemilik Marasoe masih terlibat dalam proses produksi. Owner terlibat dalam proses pengambilan keputusan mengenai bahan apa yang cocok digunakan oleh Marasoe dan bagaimana model yang akan launching setiap minggunya diputuskan oleh owner sendiri. Selain itu juga, owner juga menguasai bagian-bagian lain seperti pemasaran, keuangan dan elektronik filing sistem (Sutisna et al., 2021). Ilmu yang didapatkan oleh owner semasa kuliah menjadi bekal beliau dalam menjalankan bisnisnya terlebih dalam urusan memasarkan produk dan melayani pelanggan (Müller et al., 2018)
- Keterampilan Sosial (Social Skill)
Owner Marasoe menyadari pentingnya sinergitas dari masing-masing bagian demi tercapainya tujuan perusahaan. Hal tersebut dapat menciptakan hubungan sosial yang baik jika semua karyawan pun menyadari hal yang sama. Dengan kemampuan sosial dari pemilik perusahaan, dapat menempatkan dirinya untuk berkomunikasi dengan karyawannya guna membangun hubungan baik serta keterikatan dengan setiap karyawan. Hal itulah yang nantinya akan dicontoh oleh karyawan, sehingga terwujudlah ekosistem sosial yang membangun dalam Marasoe. Dengan demikian, sangat jelas bahwa keterampilan sosial penting dimiliki oleh semua orang terkhusus bagi pemimpin perusahaan.

Manfaat Magang Industri

Setelah melakukan magang industri di Marasoe, terdapat beberapa manfaat yang dirasakan baik bagi mahasiswa yang melakukan magang, maupun bagi perusahaan tempat magang. Berikut ini merupakan manfaat bagi mahasiswa dan bagi perusahaan.

- a. Manfaat bagi Mahasiswa
 1. Mendapatkan pengetahuan tentang proses pemilihan desain baju.
 2. Mengasah kemampuan analisis permintaan pasar.
 3. Melatih pengambilan keputusan.
 4. Mengetahui cara menangani konsumen yang memberikan komplain.
 5. Mengetahui cara memaksimalkan pemasaran dengan fitur-fitur gratis yang disediakan di media sosial.
 6. Mengetahui cara memilih influencer yang tepat bagi produk yang sedang dijual.
- b. Manfaat yang Marasoe dapatkan
 1. Mendapatkan referensi desain baju untuk produksi selanjutnya.

2. Referensi desain baju yang dibuat Mahasiswa terjual habis sebanyak 243 buah.
3. Meningkatkan ketertarikan pelanggan terhadap Marasoe.
4. Mendapat bantuan ide konten.
5. Mendapat kenaikan followers Instagram yang signifikan, dari 20,1 ribu menjadi 22,3 ribu.
6. Mendapat bantuan dalam membalas pesan yang masuk.



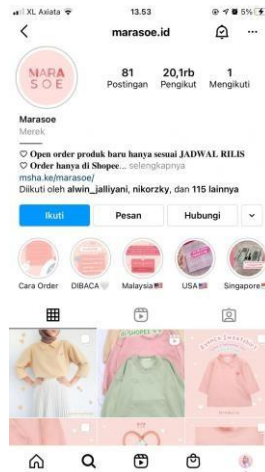
Gambar 3. Produk desain mahasiswa yang laku terjual

Gambar diatas merupakan realisasi design development dari bagian product development. Desain tersebut setelah berhasil launching sebanyak 45 pcs dengan harga 134.900/pcs dan terjual habis dalam beberapa jam setelah launching.



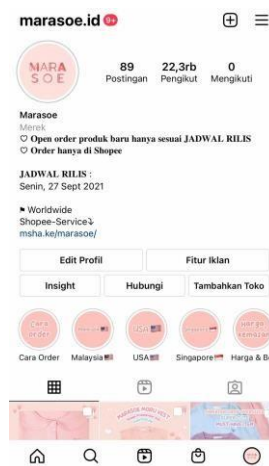
Gambar 4. Produk desain mahasiswa yang laku terjual

Gambar diatas merupakan realisasi design development yang kedua dari bagian product development. Desain tersebut terdapat 2 model yaitu lengan pendek dan lengan panjang. Untuk yang lengan pendek seharga 114.900 dan lengan panjang 129.900. Perusahaan launching baju sebanyak 198 pcs dan terjual habis setelah beberapa jam



Gambar 5. Jumlah followers Instagram Marasoe sebelum magang

Gambar diatas merupakan jumlah pengikut media sosial Instagram marasoe sebelum kami melakukan magang disana yaitu sebanyak 20,1rb followers.



Gambar 6. Peningkatan jumlah followers Instagram Marasoe

Gambar diatas merupakan jumlah pengikut media sosial Instagram marasoe setelah kami melakukan magang disana selama satu bulan. Terdapat kenaikan jumlah followers sebanyak 2,2rb dari yang mulanya 20,1rb sampai 22,3rb followers.

SIMPULAN

Magang industri merupakan salah satu sarana pelatihan kerja agar mahasiswa mendapatkan pengalaman langsung ke lapangan. Dari magang industri yang telah dilakukan, perusahaan mendapat manfaat berupa bertambahnya brand awareness karena berhasil menarik tambahan pengikut yang cukup banyak. Perusahaan juga mendapatkan keuntungan lebih karena desain yang dikembangkan oleh mahasiswa magang terjual ratusan potong. Bagi mahasiswa, magang ini bermanfaat karena melalui magang, mahasiswa mendapatkan ilmu

tentang kiat-kiat melakukan pemasaran digital, menangani komplain yang diberikan konsumen, mengetahui bahan-bahan kain, serta cara untuk memodifikasi pakaian. Dari banyaknya kebermanfaatannya ini, di kemudian hari sebaiknya magang dilakukan pada UMKM yang belum berbasis online. Manfaat yang akan diperoleh oleh kedua belah pihak tentunya akan lebih banyak karena bila bisnis belum berbasis online, bisnis tersebut dapat dikatakan dimulai kembali dari awal dengan bantuan mahasiswa magang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis sangat berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu proses magang ini dari awal hingga selesai. Pertama, penulis mengucapkan terima kasih kepada ketua program studi Sarjana Terapan – Administrasi Bisnis yang telah mengadakan program magang ini sehingga kami diberi kesempatan untuk mengimpelentasikan proses bisnis di lapangan secara langsung. Kedua, penulis berterima kasih kepada dosen pembimbing yang telah membimbing kami selama melaksanakan proses magang industri. Ketiga, penulis berterima kasih kepada owner Marasoe yang telah memberikan izin untuk melakukan magang dan menerbitkan program pengabdian kepada masyarakat. Terakhir penulis mengucapkan terima kasih kepada rekan-rekan yang selalu dapat bekerja sama selama magang dan pembuatan jurnal pengabdian kepada masyarakat ini.

REFERENSI

- Felix, R., Rauschnabel, P. A., & Hinsch, C. (2017). Elements of strategic social media marketing: A holistic framework. *Journal of Business Research*, 70, 118–126.
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.05.001>
- Hamidah, Q. R., Sejati, A. T. P., & Muhajidah, A. Z. (2019). The Development of Small and Medium Business (MSMEs) Based on Technology to Deal with The Industrial Revolution 4.0. *SHEs: Conference Series*, 2(1), 347.
- Islami, N. N. (2019). The effect of digital literacy toward enterpreneur behaviors through students' intention entrepreneurship on Economics Education Study Program at Jember. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 243(1).
<https://doi.org/10.1088/1755-1315/243/1/012084>
- Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan RI. (2016). *Magang*.
- Linder, M., & Williander, M. (2017). Circular Business Model Innovation: Inherent Uncertainties. *Business Strategy and the Environment*, 26(2), 182–196.
<https://doi.org/10.1002/bse.1906>
- Müller, J. M., Buliga, O., & Voigt, K. I. (2018). Fortune favors the prepared: How SMEs approach business model innovations in Industry 4.0. *Technological Forecasting and Social Change*, 132(September 2017), 2–17.
<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2017.12.019>

Omar, A. S., Hussain, S. M., & Singh, A. V. (2018). The power of networking: Bridging the gap between HE students and entrepreneurs in Oman. 2017 6th International Conference on Reliability, Infocom Technologies and Optimization: Trends and Future Directions, ICRITO 2017, 2018-Janua, 668–673.
<https://doi.org/10.1109/ICRITO.2017.8342511>

Pemagangan di Dalam Negeri, Pub. L. No. 6 (2020).

Rizos, V., Behrens, A., van der Gaast, W., Hofman, E., Ioannou, A., Kafyeke, T., Flamos, A., Rinaldi, R., Papadelis, S., Hirschnitz-Garbers, M., & Topi, C. (2016). Implementation of circular economy business models by small and medium-sized enterprises (SMEs): Barriers and enablers. *Sustainability (Switzerland)*, 8(11).
<https://doi.org/10.3390/su8111212>

Rudjito. (2003). Strategi Pengembangan UMKM Berbasis Sinergi Bisnis. Peran Perbankan Dalam Memperkokoh Ketahanan Nasional Kerjasama Lemhamas RI Dengan BRI.

Sutisna, M., Tiorida, E., Gaffar, M. R., Dwi, T., Firmansyah, Y., Bandung, P. N., Learning, B., & Learning, B. (2021). Dengan Image Ware Scan Manager Dan Aplikasi Wordpress Di Mitra. 147–154.